

СЕРИЯ  
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ  
ТЕОРИЯ

Sabine Pfeiffer

Digital  
Capitalism  
and Distributive  
Forces

# Сабина Пфайффер Цифровой капитализм и распределительные силы

Перевод с английского  
Дмитрия Кралечкина  
под научной редакцией  
Александра Павлова

Издательский дом  
Высшей школы экономики  
Москва, 2026

УДК 338.12.017  
ББК 65.2  
П91



<https://elibrary.ru/hirdlz>

ПРОЕКТ серийных монографий  
по социально-экономическим  
и гуманитарным наукам

Руководитель проекта АЛЕКСАНДР ПАВЛОВ

П91 **Пфайффер, Сабина**  
Цифровой капитализм и распределительные силы / пер. с англ.  
Д. Кралечкина; под науч. ред. А. Павлова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2026. — 456 с. — (Экономическая теория). — 600 экз. — ISBN 978-5-7598-4156-2 (в пер.). — ISBN 978-5-7598-4422-8 (e-book).

Забирают ли роботы наши рабочие места? Те, кто задаются этим вопросом, неверно поняли цифровизацию. Цифровизация — это не промышленная революция на новый лад. Сабина Пфайффер смотрит в суть проблемы цифрового капитализма. В своем анализе она противопоставляет марксистскую концепцию производительных сил идее распределительных сил. На примерах от платформенной экономики до искусственного интеллекта Пфайффер показывает, что цифровой капитализм связан не столько с эффективным созданием стоимости, сколько с ее быстрой, безрисковой и постоянно гарантированной реализацией на рынках. Исследование этой динамики и ее последствий поднимает вопрос о том, насколько разрушительными могут быть распределительные силы цифрового капитализма.

Книга адресована экономистам, социологам, социальным философам и всем тем, кто интересуется процессами, связанными с цифровизацией и цифровым капитализмом.

УДК 338.12.017  
ББК 65.2

Переведено по: *Pfeiffer S. Digital Capitalism and Distributive Forces*

First published in 2022 by transcript Verlag, Bielefeld

Опубликовано Издательским домом Высшей школы экономики  
<http://id.hse.ru>

doi:10.17323/978-5-7598-4156-2

ISBN 978-5-7598-4156-2 (в пер.)  
ISBN 978-5-7598-4422-8 (e-book)  
ISBN 978-3-8376-5893-4 (англ.)

© Sabine Pfeiffer / CC BY 4.0  
© Перевод на русский язык.  
Национальный исследовательский  
университет «Высшая школа  
экономики», 2026

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ГЛАВА 1. Вводная</b>	7
1.1. Центральная гипотеза: дурное окружение?	16
1.2. Цифровой капитализм и стоимость	25
1.3. Производительные силы и рынок	30
1.4. Три распределительные силы и их развитие	35
1.5. Иллюстрации и разрушения	38
<b>ГЛАВА 2. ЦИФРОВОЙ КАПИТАЛИЗМ: НОВАЯ РЕВИЗИЯ?</b>	44
2.1. Дэн Шиллер и возникновение цифрового капитализма	49
2.2. Динамика – трансформация – акторы	54
2.3. Нематериальность – труд – стоимость	62
2.4. Дефицит – избыток – кризис	75
2.5. Много слов – но мало ответов?	99
<b>ГЛАВА 3. ПЕРВОЕ СЛЕПОЕ ПЯТНО: СТОИМОСТЬ ПРИ ЦИФРОВОМ КАПИТАЛИЗМЕ</b>	104
3.1. Маццукато и переоткрытие стоимости	106
3.2. Кто бы ни говорил о стоимости...	115
3.3. Продолжение поисков новизны	137
<b>ГЛАВА 4. ТРАНСФОРМАЦИЯ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫЕ СИЛЫ</b>	142
4.1. «Великая трансформация» Поланьи	147
4.2. Развитие производительных сил у Маркса	166
4.3. Производительные силы и цифровой капитализм: редукционизм и недоразумения	183
<b>ГЛАВА 5. ВТОРОЕ СЛЕПОЕ ПЯТНО: РЕАЛИЗАЦИЯ СТОИМОСТИ В (ЦИФРОВОМ) КАПИТАЛИЗМЕ</b>	194
5.1. Расширение и рынок	197
5.2. Потребление и общество	209
5.3. Коммуникация и кризис	223

<b>ГЛАВА 6. РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СИЛЫ и (цифровой) капитализм: что нового?</b>	<b>236</b>
6.1. Распределительная сила «реклама и маркетинг»	241
6.2. Распределительная сила «транспорт и складирование»	251
6.3. Распределительная сила «контроль и предсказание»	265
6.4. Как распределительные силы сочетаются с цифровизацией	283
 <b>ГЛАВА 7. РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СИЛЫ и (цифровой) капитализм: НЕКОТОРЫЕ ПОЯСНЕНИЯ</b>	 <b>295</b>
7.1. Различие: отношения распределения и обращение	297
7.2. Трансформация или линька: подрыв производительных сил?	311
7.3. Развитие производительных и распределительных сил, понимаемых как единое целое	330
 <b>ГЛАВА 8. РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СИЛЫ ПРИ ЦИФРОВОМ КАПИТАЛИЗМЕ: НЕКОТОРЫЕ ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИЛЛЮСТРАЦИИ</b>	 <b>339</b>
8.1. GAFAM и платформенная экономика	340
8.2. Катализаторы реализации стоимости	353
8.3. Распределительные силы и торговый капитал 4.0	379
 <b>ГЛАВА 9. ЦИФРОВИЗАЦИЯ: РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНАЯ ИЛИ РАЗРУШИТЕЛЬНАЯ СИЛА?</b>	 <b>396</b>
<b>Библиография</b>	<b>434</b>

# Глава 1

## Вводная

ПОСЛЕДНЕЕ время стало модным начинать книгу — даже академическую или аналитическую — с историй, произошедших с самим автором. Одно из немногих преимуществ возраста заключается в скапливающемся годами преизбытке всевозможного материала, что позволяет с легкостью превратить личный и по большей части случайный опыт в собрание таких историй, игнорируя при этом историческую динамику, структурную и конкретную. Но, дорогой читатель, не бойся, я тебя от этого избавлю. В то же время я не могу удержаться от краткого описания своей личной системы координат, поскольку с тех пор, как я вообще начала работать, меня неизменно сопровождает одна вещь, а именно то, что сегодня мы называем цифровизацией<sup>1</sup>. Я специально использую этот, ныне ставший вездесущим, термин, значительно отклонившийся от своего первоначального значения (когда

---

<sup>1</sup> В актуальных дискуссиях цифровизация обычно означает два аспекта: с одной стороны, всю совокупность недавно появившихся информационно-технологических артефактов и технологий (начиная с искусственного интеллекта, машинного обучения или интернета вещей и заканчивая новыми подходами в робототехнике), а с другой — экономические и социальные перемены, ожидаемые в силу внедрения и применения подобных технологий.

он обозначал всего-то техническую процедуру перевода информации из аналоговой формы в цифровую, и тогда это обычно называли «цифровизацией») и ставший своего рода мета-тэгом<sup>2</sup> для обозначения того, как общество воспринимает масштаб, направление и глубину трансформации, предположительно происходящей в наше время.

Будучи социологом, я с самого начала занималась цифровизацией. До социологии, на раннем этапе своей карьеры, когда я работала техником, я скорее сама была предметом цифровизации, то есть она занималась мной, а не наоборот. В середине 1980-х годов, когда я получала специальное профессиональное образование, я начала работать на компьютере. (Я специально говорю «на компьютере», а не «за компьютером».) Я работала с машиной, измеряющей искривленные в трехмерном пространстве трубки. В то время я не знала, что работала с определенным приложением, которое исполнялось операционной системой, работающей на фоне. Я пыталась, хотя и безуспешно, вытянуть побольше возможностей из этого приложения, поскольку подозревала, что компьютер способен выполнять намного больше задач, которые к тому же могут быть намного более разнообразными.

---

<sup>2</sup> Термин «тэг» обозначает дополнительную информацию, описывающую базу данных, тогда как «мета-тэг» используется для информации, которая описывает происхождение или цель определенного элемента данных (файла или веб-сайта). Такие тэги используются в HTML, XML или некоторых вариантах XML (таких как JATS, используемый для описания академических статей). Например, эта книга будет размечена такими тэгами, как `<title>Цифровой капитализм и распределительные силы</title>` `<author>Сабина Пфайффер</author>` `<year>2021</year>`, чтобы ее можно было находить в сети и чтобы она была доступна для таких программ по управлению цитированием, как *Zotero*, позволяющих прямо обращаться к информации. В коде три этих тэга пишутся один под другим, причем обычно используется больше тэгов (для обозначения издательства, места издания, ключевых слов и т.п.).

Я проходила обучение на семейном предприятии среднего размера, продукция которого включала разные виды оборудования — прессы, лопасти для турбин, резаки и выхлопные системы. Сегодня такое производство мы могли бы назвать «диверсифицированным». Автоматические станки с ЧПУ и сварочные роботы с функцией обучения были к тому времени внедрены в производство, в нашем учебном цеху были даже фрезерные станки с ЧПУ<sup>3</sup>, хотя в программу обучения работе с ними еще не входило. Я говорю обо всем этом, чтобы показать, что, хотя я, безусловно, не работала на переднем краю информационных технологий, которые тогда начали использоваться в промышленности, я все-таки могла работать на компьютере, даже когда была еще ученицей. В то же время роль цифровизации в офисах оставалась крайне незначительной: в конструкторском бюро использовались кульманы, а не системы автоматизированного проектирования (САД)<sup>4</sup>, тогда как заведующие документооборотом в цеху (да, это были сплошь женщины, и да, офисные работы в промышленном секторе на самом деле еще существовали) обходились бумагой и радовались, если могли воспользоваться электронными печатными машинками. Есть одна причина, по которой я решила начать с этого примечания: в академических дискуссиях о цифровизации часто упускается из виду тот факт, что заводские цеха подверглись цифровизации на более раннем этапе, причем она была

---

<sup>3</sup> CNC — это сокращенное *Computerized Numerical Control*, то есть «числовое программное управление», или ЧПУ, так обозначается управление станками при помощи компьютеров, тогда как «числовой контроль» — это предшественник наших современных микрокомпьютеров.

<sup>4</sup> CAD — сокращенное *Computer-aided Design*, или «системы автоматизированного проектирования» (САПР), оно включает программное обеспечение, используемое для проектирования и конструирования трехмерных моделей на компьютере.

более полной и интегрированной, чем в других областях, тогда как причина академического невнимания лишь в том, что на заводах при такой цифровизации применялось не так много броских цифровых технологий. Неслучайно то, что тогда использовался термин «встроенные системы»: они встроены в материальную технику, однако они все равно остаются цифровыми. Дисплей станка — не только управляющее устройство, но и интерфейс вполне самостоятельного компьютера.

Таким образом, я встретилась с цифровизацией в роли ученика рабочего-техника в достаточно прозаичной компании среднего размера. У моего следующего работодателя (дистрибутора станков с ЧПУ) я с конца 1980-х годов работала с системами CAD/CAM<sup>5</sup>, а потом на одном собеседовании познакомилась с представлением о CIM<sup>6</sup> и гибким промышленным производством (FMS). (Хотя внедрение CIM заняло много времени, некоторые элементы FMS внедрялись, когда количество деталей, составляющих конечный продукт, оправдывало затрачиваемые на это внедрение усилия.)

У следующего своего работодателя я, наконец, смогла более плотно заняться тем, что происходит на «фоне», то

<sup>5</sup> CAM — сокращенное *Computer-aided Manufacturing*, то есть «автоматизированное производство». Такое программное обеспечение связывает конструкторские данные, произведенные в CAD, и программы ЧПУ в том или ином оборудовании. Это позволяет, в частности, превращать конструкторские данные в данные для обработки при посредстве CAM, переводящей их в различные языки ЧПУ, используемые разными производителями программного управления.

<sup>6</sup> CIM — сокращенное *Computer-integrated Manufacturing*, «компьютерно-интегрированное производство», оно уже в 1980-х годах в значительной мере предвосхищало то, что появится к 2011 году и станет называться «индустрией 4.0», а именно новые технологические возможности, объединяющие в компьютерные сети все составляющие производство процессы.

есть операционной системой (в основном MS DOS, иногда OS/2 или *Unix*), поскольку я настраивала компьютеры для наших клиентов, устанавливала интерфейсные карты (IEEE), позволяющие подключать трехмерное измерительное оборудование или тачскрины для дисплеев. Отдел разработки в нашей фирме иногда отправлял нам новые версии программ для измерительного оборудования — они поступали в распределительный хаб через телефонные линии и акустический modem. Дома у меня тоже был собственный компьютер (сперва это был *Amstrad Schneider PC 1512* с двойным дисководом гибких дисков), а вскоре в моей квартире начал тарахтеть и 9-контактный, а потом и 24-контактный матричный принтер.

Спустя годы, когда путь в высшее образование сначала привел меня в инженерные науки, а потом и в социологию, цифровая технология оставалась моим рабочим инструментом и в то же время предметом исследования. В какой-то момент — где-то в 1996 году — я вдруг заметила, что сижу в кафе центра обучения взрослых перед персональным компьютером с интернет-доступом и браузером *Netscape*. Обзаведясь своим собственным доменным именем, я в 1998 году запустила свой первый веб-сайт, построенный при помощи простого HTML-редактора. Спустя несколько лет я сделала свой первый заказ на сайте *Amazon* (не то чтобы я на самом деле помнила об этом, но *Amazon* ничего не забывает). Короче говоря, технология — одновременно материальная и цифровая, — была естественной и в то же время весьма важной составляющей моего профессионального мира, а вскоре она стала таковой и для моей личной жизни. Такой она и осталась (что мне казалось абсолютно естественным), когда я заменила свою рабочую скамью, станки и код ЧПУ книгами по социологии, теориями и статистическим анализом.

Эта предыстория объясняет, *почему* я пишу эту книгу, но также она позволяет почувствовать, *каким* будет мой

подход к теме. Технология и ее потенциал останутся в ней важной точкой отсчета. В то же время моя первая профессия (в большей мере, чем сегодняшнее мое занятие) научила меня одной вещи: проникнет ли какая-то новая технология в компанию, создаст ли она лучше или хуже оплачиваемые рабочие места и новые профессии, — все это зависит от акторов, участвующих в процессе ее внедрения и от отношений между ними. Все эти результаты могут достигаться в совершенно разных формах. Однако результат не может состояться отдельно от экономического намерения и фактических технологических (не)возможностей. Изменения в социальной сфере, в мире труда, в жизни и обществе можно понять только с опорой на технологические и экономические аспекты — благодаря их траекториям развития, разным, но в то же время в чем-то смежным.

Понимание, достигнутое благодаря вполне ощущимому опыту технологических перемен, приобретенному мной на раннем этапе профессиональной карьеры, привело к тому, что я то и дело ощущала недоумение, когда сталкивалась с ответами, которые давались в моей нынешней профессиональной области. И сегодня социология в основном изучает технологию, труд, экономические вопросы и жизненный мир в качестве отдельных, независимых друг от друга ниш. Она избегает теоретических подходов, которые попытались бы понять все вышеназванное в качестве единого целого. Более того, социология часто демонстрирует неспособность всерьез изучать технологию в ее конкретных проявлениях, превращая ее вместо этого в нечто «чисто» социальное или же злоупотребляя ею как смутной метафорой для общих, но не окончательных, социальных диагнозов. Сперва мне пришлось самой все это выяснить, когда я перешла от технологии к социологии; временами я, бывало, приходила в отчаяние; но сегодня мне проще все это понять.

Общество и социальные изменения невозможны понять без скрывающегося за ними технического основания, технологических реалий и технологий, ими применяемых. Общество и технологию — особенно в момент масштабных изменений — невозможно понять, не учитывая экономические контексты, в которых они развиваются. Вопрос о том, как формируются труд, производство и жизнь как таковые, что они позволяют нам делать и как это ощущается на индивидуальном и коллективном уровне, невозможно осмыслить, если не обратить внимания на общую сеть экономики и рынка. Вопрос о том, действительно ли все это меняется — и тем более фундаментально, находимся ли мы в начале или в середине процесса такой трансформации или прорыва, вот уже несколько лет составляет основу споров, будоражащих наше общество.

Едва ли какой-то другой предмет обсуждается и исследуется столь же всесторонне, как цифровая трансформация. В Германии этот дискурс был запущен в 2011 году — причем вполне намеренно — благодаря введению термина «индустрия 4.0». С самого начала этот дискурс был обращен не только на замкнутый профессиональный круг, занятый производством и автоматизацией, но и на широкий спектр акторов в экономической сфере и в обществе в целом. Однако вскоре он перестал фокусироваться исключительно на промышленной сфере и стал все больше разворачиваться к более масштабной картине цифровизации, что позволило вывести на передний план другие цифровые технологии: если первоначально дискуссии были сосредоточены на робототехнике, мобильных устройствах и социальных сетях, то сегодня внимание в основном обращено на искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение.

Я сама внесла вклад в этот дискурс своими публикациями и лекциями, прочитанными на бесчисленных конференциях и семинарах, включая и те, что проходили за пределами академии. На таких мероприятиях я все боль-

ше ощущала существенную нужду в хорошо обоснованных аналитических подходах, которые позволяют лучше понимать ситуацию здесь и сейчас, но в то же время указывают на возможности и ограничения, влияющие на процесс в целом. Поэтому я в своей книге намеренно отстраняюсь от многочисленных утопических или дистопических предсказаний, которые уже были сделаны. Спор о цифровизации все больше размечается диагностикой эпохи, которая якобы должна наступить после следующего большого поворота. Все интерпретации и предсказания — сколь бы разными они ни были в плане своей ориентации, целевой аудитории и обоснованности академическими дисциплинами — так или иначе соглашаются друг с другом в трех аспектах: во-первых, указывают они, мы имеем дело со всеобщей трансформацией, масштаб и динамика которой сравнимы с такими историческими событиями прошлого, как возникновение сельского хозяйства или промышленная революция. Во-вторых, причина этой трансформации заключается в технологическом прогрессе, особенно в робототехнике, росте вычислительных мощностей и ИИ. И, в-третьих, все это означает драматические перемены для наших экономик и способов труда, причем со всеми этими последствиями обществу надо срочно разобраться. Хотя некоторые оценки итогов всего процесса в целом, возможностей упреждающего конструирования определенных аспектов, как и критериев такого конструирования, могут различаться, общей темой для всех этих предсказаний остается фундаментальная посылка технологического прогресса как базовой причины. Она рисуется в качестве либо антропологической константы — люди как вид, по самой своей природе склонный к новациям, только и могут, что порождать бесконечный технологический прогресс, — либо квазиэволюционного процесса, по завершению которого человечество обречет себя на моральное устаревание.

На таком фоне можно сразу отметить, что в этой книге я не пытаюсь поставить еще один диагноз. Я не следую триадической формуле «технологическое развитие пробуждает экономическую динамику, которая, в свою очередь, приносит определенные социальные плоды». Также я не стремлюсь пополнить постоянно растущий список публикаций, пытающихся определить эти (ожидаемые) плоды и доказывающих то, что, когда такие-то рабочие места в такой-то момент будут заменены автоматикой, решением станет безусловный базовый доход. В данной книге я не создаю какую-либо новую классификацию стадий, определяемых технологическими артефактами — начиная с сельского общества и заканчивая экономикой данных, от парового двигателя и до интернета вещей, от печати и до социальных сетей. Кроме того, эта книга не является еще одной попыткой ввести технологическую метафору — будь ею сеть, алгоритм или паттерн, — представляющую в качестве нового понятия об обществе, или же представить ее в качестве того, что существовало всегда. Все это уже было сделано, в том числе в тех весьма ценных вкладах в дискуссии, которые в то же время указывали на горячее желание общества обсудить действительно происходящее с нами (с нами? в результате наших действий?).

Как и другие публикации, эта книга в целом исходит из реальности указанной трансформации — я занимаюсь в ней исследованием как новизны этой трансформации, так и ее связей со прошлым. В ней я поставила перед собой задачу сделать эту «новизну», ее причины и связанные с нею специфические следствия понятными. В процессе такого исследования мы осмелимся заглянуть за феномены цифровизации (не пренебрегая при этом технологическими реалиями). Цель состоит в том, чтобы выработать аналитический подход, который охватывает развитие технологии, экономическую логику и социальную динамику в качестве единого целого, а не серии разрознен-

ных явлений. Соответственно, основное внимание в нашем исследовании будет уделяться диагностике сравнительно недавних процессов, произошедших в последние десятилетия, что обосновывается двумя соображениями: во-первых, смешением различных направлений цифровизации и оценкой исхода такого смешения и, во-вторых, интерпретацией этих процессов на основе определенного теоретического анализа.

### 1.1. ЦЕНТРАЛЬНАЯ ГИПОТЕЗА: ДУРНОЕ ОКРУЖЕНИЕ?

В своей книге «Паттерны» [Nassehi, 2019], в которой представлена теория цифрового общества, Армин Нассеи стремится выявить ту конкретную проблему, которую решает цифровизация [Ibid., p. 12]. Его ответ — хотя здесь я его представлю в сокращенной форме, не учитывающей в полной мере его всестороннего обоснования, — состоит в том, что модерн всегда был цифровым и всегда опирался на паттерны, позволявшие справляться со сложностью; то есть цифровая сущность общества — это результат его собственной структуры и сложности [Ibid., p. 321–325]. Мне этот ответ представляется неубедительным. В анализе Нассеи не уделяется достаточно внимания экономическим акторам и рынку, тогда как экономическая система, характерная для модерна, а именно капитализм, скрывается за спиной общества. Правда, его анализ предлагает действительно новый взгляд на господствующий дискурс, который зачастую сосредоточен лишь на экономике (как определенном поле, а не структуре), тогда как обществу отводится вторичная роль — наводить порядок после периода прорывного развития. Однако модерн невозможно постичь в отрыве от капитализма, и точно так же цифровизацию невозможно постичь без рассмотрения соответствующих экономических стратегий, акторов и динамики.

Соответственно, эта книга отталкивается не от общества, а от капитализма. Тот факт, что последний стал цифровым, не является, как будет показано далее, достаточным ответом. Капитализм как таковой, само выживание которого основано на продаже все большего количества продуктов и товаров на постоянно обновляющихся рынках, сегодня, судя по всему, озабочен проблемой, вполне адекватным решением которой и стала цифровизация (или, по крайней мере, на последнюю возлагают такие надежды).

Простой ответ предполагает, что цифровизация — это технология, заменяющая (человеческий) труд. С точки зрения некоторых авторов, это уже означает критику капитализма, однако в плане анализа капитализма такой ответ остается слишком простой и упрощеной концепцией. Вот почему его предпочитают те авторы (и теории), что воздерживаются от анализа капитализма, а вместо этого предпочитают заниматься бесконечным прогнозированием масштаба замены труда. Сколько именно людей заменят роботы? Какой объем офисного труда будет выполняться искусственным интеллектом? Академические исследования и медиа, жаждущие внимания читателей, ставят такие вопросы и подкрепляют их цифрами, которые позволяют добиться максимального цитирования, наибольшей посещаемости сайтов и максимальных тиражей. Конечно, цифровизация, как и любая иная технология в прошлом, используется для замены человеческого труда. Но для капитализма проблема не в этом; ему не нужны новые решения или ответы, чтобы приспособиться к этому процессу. В этом он на самом деле достаточно силен (хотя в действительности он, конечно, ни в чем не силен: неизменной составляющей капиталистической системы стали бесчисленные попытки что-то решить, переговоры и внедрение стратегий повышения эффективности на отдельных компаниях, но при этом конкретные стра-

тегии всегда могут проводиться совершенно иначе). Эта книга не является еще одной попыткой отыскать новые технологические варианты замены труда. На самом деле главный вопрос для меня заключается в том, действительно ли у капитализма есть какие-то новые — или же существовавшие в прошлом, но ныне обострившиеся — проблемы, и помогает ли это объяснить то, почему определенные формы цифровизации и определенные модели цифрового бизнеса стали особенно успешными.

Гипотеза, отвечающая на этот вопрос и развиваемая на теоретическом и эмпирическом уровне в этой книге, состоит в следующем: проблема, с которой в условиях высокоразвитого глобального капитализма все больше сталкиваются отдельные фирмы и национальные экономики, заключается в успешных продажах. Товары, которые можно производить (или просто копировать) во все больших объемах и с постоянно растущей эффективностью, сами по себе ничего не стоят, если они не продаются. Такова главная цель всей этой деятельности. Конкуренция на глобальных рынках по-прежнему заставляет искать максимально дешевые формы производства. Но еще более важной становится конкуренция за недостаточное число покупателей. Усилия корпораций, нацеленные на повышение эффективности и оптимизацию, все больше ориентированы на рынок, который они стремятся обслуживать с большей скоростью, более планомерно и применяя таргетирование. Акционеры не любят сюрпризов. Узким горлышком всякого бизнеса по-прежнему остается, прежде всего, рынок и в конечном счете акт покупки (или, скорее, продажи). Стратегии, направленные на этот акт, все больше выходили на передний план, и, как я надеюсь показать в этой книге, это и есть место, где цифровизация особенно полезна (хотя в конечном счете она и не дает решения, но, скорее, способствует дальнейшему усугублению фундаментальной проблемы).

Основная аналитическая идея этой книги может быть сформулирована в следующем виде: главная проблема современного развитого капитализма — это реализация произведенных стоимостей на рынках. Стратегии рыночного расширения и потребления составляют основные элементы все более значимого и все более конкурентного поля. Наряду с производительными силами, направленными на *порождение* стоимости, все более важными становятся силы, нацеленные на *реализацию* стоимости. Причины этого экономические, то есть они определяются самой логикой нашей экономической системы, а потому не являются результатом цифровизации. Чтобы лучше прояснить этот сдвиг в значении на аналитическом и эмпирическом уровне, эти особые производительные силы получают особое наименование — я называю их *распределительными силами*. Они включают, *во-первых*, все технологические и организационные меры и виды деятельности, связанные с реализацией стоимости, цель которых, *во-вторых*, — гарантировать постоянное и долгосрочное расширение этой реализации стоимости и при этом добиться минимальных издержек обращения. Именно здесь цифровизация и цифровые бизнес-модели оказались особенно перспективными.

Если вернуться к вопросу Нассеи, *проблема* заключается в самом способе существования экономики; тогда как *решение* — это вся совокупность технических, организационных, институциональных и социальных ответов; успех цифровизации определяется тем, что она оптимизирует и ускоряет эти решения. К сожалению, такие решения не являются реальными, и цифровизация никак не может этого изменить (она, напротив, усугубляет базовую проблему). Мета-проблема такова, что она может быть решена — по крайней мере в этой экономической логике — только на изолированных участках, на ограниченный период времени, в интересах отдельных акторов, но не в целом. Здесь

капитализм оказывается в той же ситуации, что и модерн в понимании Нассеи: за счет цифровизации последний не может освободиться от своей проблемы сложности, но точно так же капитализм не может решить тем же методом своей основной проблемы (товаров всегда слишком много, а рынков — слишком мало). На самом деле в обоих случаях мнимое решение только усугубляет соответствующую проблему.

Поскольку я говорю о капитализме, а не просто «экономике», и производительных силах (или, скорее, об их особой форме, а именно распределительных силах), большинство читателей не удивится тому, что я в этой книге не раз обращаюсь к Марксу. Причина не в том, что я всегда хотела работать на основе его концепции, но в том — и иллюстрацией тут послужит порядок глав, — что существующие исследования цифрового капитализма не дают окончательных ответов. Те, кто пожелают последовать за моей аргументацией, поймут, что уйти от Карла Маркса невозможно. И на это следует указать с самого начала — ради всех тех, кто кривится при одном лишь упоминании его имени, поскольку считает, что такие теоретические ассоциации создают «дурное окружение»<sup>7</sup>.

Учитывая намеченную здесь цель, которой я собираюсь в этой книге достичь, теоретический подход Маркса оказывается необходимым, поскольку на данный момент он является первой и наиболее общей концепцией труда и жизни, экономики и общества, технологии и социально-

---

<sup>7</sup> В цифровом мире «дурное окружение» означает веб-сайты со ссылками на агрегаторы ссылок, веб-сайты с вредоносным кодом, нелегальным или другим контентом, который отвергается алгоритмами *Google* и других поисковых машин. Из-за такого окружения такие веб-сайты могут понижаться в поисковом рейтинге. Страгегии поисковой оптимизации (SEO), нацеленные на повышение рейтинга сайтов за счет большого числа ссылок, часто попадают прямиком в эту ловушку. Вопрос всегда в том, куда ведут ссылки.

сти, рынка и мира как чего-то целого и в то же время находящегося в процессе постоянных перемен. Мы посмотрим, можно ли применить этот теоретический инструментарий также и к цифровому капитализму. Опираясь на Маркса, я буду следовать следующей идеи: «Актуальное развитие современных обществ даже приблизительно невозможно понять без использования ключевых терминов, восходящих к марксистской традиции, — и эта тенденция будет лишь усиливаться по мере того, как капиталистическая рыночная экономика становится движущей силой формирующегося глобального общества» [Streeck, 2017, р. 49; Штрик, 2019, с. 18–19].

Тех же, у кого остаются какие-либо сомнения по поводу Маркса, я хотела бы призвать все же обратить внимание на его аналитический подход и идеи. Конечно, можно долго спорить о политических выводах из его анализа, но не об его аналитической способности как таковой. Даже тем акторам, которых ни в коем смысле нельзя считать критиками капитализма, иногда трудно игнорировать Маркса, даже если они обычно отказываются его понимать или понимают его неправильно (намеренно или не-преднамеренно). Даже Всемирный экономический форум<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Пренебрегая своим собственным диагнозом кризиса 2016 года, ВЭФ в настоящее время — после Великой трансформации (то есть рождения капитализма) и Великой депрессии (его первого, но, как нам известно сегодня, не последнего кризиса) — призывает к Большой перезагрузке, что соответствует растущему социальному неравенству и экологическому кризису. Только на этот раз ответа потребовала не цифровизация, а COVID-19. В книге, посвященной конференции [Schwab, Malleret, 2020] и в целом отличающейся удивительной поверхностностью аргументации, читатель обнаруживает — наряду с призывами к большей глобальной [Ibid., р. 114–119] и национальной управляемости [Ibid., р. 89–95] — в основном один и тот же императив — ускорение цифровизации [Ibid. р. 153–154, 176–180] и роста (пусть даже более устойчивого и иначе измеримого), что на уровне национальной экономики позволит в боль-

готов прописать хотя бы «немного марксизма» [Bendell, 2016], под чем имеется в виду безусловный базовый доход. Однако цель в этом контексте — не защитить людей от обнищания, вызванного тем, что цифровизация способна уничтожить множество рабочих мест, но поддержать массовое потребление, на которое опирается капитализм. Довольно часто различие состоит лишь в личности высказывающегося: когда Маркс — или критики-марксисты — говорят, что корпорации ориентируются лишь на прибыль, такие высказывания нередко критикуются или же попросту отбрасываются. Но странно то, что, когда нобелевские лауреаты вполне осознанно, пусть и ради провокации, сводят понятие социальной ответственности корпораций к «увеличению прибыли» [Friedman, 1970], обычно это не вызывает вопросов.

Причина в том, что именем Маркса часто злоупотребляют; толкованием «Капитала» подчас занимаются с тем же пылом, что и толкованием Библии (хотя в первом дается точный анализ, а последняя является религиозным текстом); спектр интерпретаций работ Маркса бесконечен, причем интерпретаторы часто не согласны друг с другом; и только немногие люди действительно читали Маркса в подлиннике, а другие, самое большее, просто читали что-то *о нем*. По всем этим причинам в этой книге там, где речь будет идти об аналитике, я буду передавать слово непосредственно Карлу Марксу и Фридриху Энгельсу, чтобы они сами говорили за себя. В процессе работы с первоисточниками я открыла для себя много новых аргументов,

---

шей мере выявить расхождение уровней дохода, неравное распределение возможностей социальной интеграции или же социальную сопротивляемость [Schwab, Malleret, 2020, р. 58–63]. На сайте ВЭФ указывается на четыре «основных компонента Большой перезагрузки»: соответствующие умонастроение, новые критерии измерения ущерба, сглаживание ущерба за счет создания новых стимулов и усиление связей людей друг с другом и миром природы.

всего лишь взглянув на них свежим взглядом. Доскональное изучение томов собрания сочинений Маркса и Энгельса очень мне помогло и было весьма плодотворным. Стремление к точности анализа, интеллектуальная сложность, неизменно удивляющая актуальность, прозорливость прогноза — все это образует впечатляющий инструментарий, способный помочь и в понимании стареющего, но неизменно переизобретаемого капитализма, в том числе в его цифровой форме. Поэтому если вы разделяете сомнения насчет Маркса, попробуйте на время отложить их в сторону (пусть пока подождут). Если изучение Маркса до сих пор не входило в круг ваших интересов, если вы не различаете экономику и капитализм или считаете, что мир вас и так устраивает, я все равно призываю вас не сторониться «подрыва», развивать открытый образ мышления и присоединиться ко мне в этом путешествии в мир Маркса.

Аналитическая и теоретическая основа этой книги построена на уже упомянутом понятии *распределительных сил*. Этот термин я придумала по аналогии с понятием Макса о производительных силах. У Маркса, как мы хорошо знаем, наука и техника — лишь *одно* из выражений развития производительных сил, которое он всегда обсуждает в контексте производственных отношений. В этой книге я подхватываю это понятие и пытаюсь его переопределить. Задача не в том, чтобы написать еще одну книгу в стиле «Маркс всегда во всем был прав», но в том, чтобы воспользоваться аналитической силой его трудов, особенно в изучении взаимосвязи технического развития с экономическими и социальными отношениями, приспособить их (в случае нужды — не питая к ним излишнего почтения) и прочитать иначе, когда того потребуют актуальные социальные перемены.

Моя гипотеза распределительных сил нацелена на понимание цифровизации в том смысле, что значительная

доля деятельности, ею обусловленная, нацелена на однунединственную вещь — реализацию стоимости на рынках. То есть задача не просто в создании новой стоимости, но, попросту говоря, в успешных, более надежных и скорых, максимально гарантированных и устойчивых в долгосрочной перспективе операциях на рынках. Моя цель не в том, чтобы конкретизировать гипотезу перехода «от промышленного капитализма производительных сил к цифровому капитализму распределительных сил». Сделать это было бы легко и просто, но, к сожалению, слишком просто. Вопрос оказывается намного более сложным. Вот почему так важно проводить аналитические различия в том, что эмпирически представляется неразложимой смесью. И опять же, при решении этой интеллектуальной задачи инструментарий Маркса оказывает неоценимую помощь.

Даже в академическом мире реальное чтение — то есть полное прочтение текста от корки до корки — вышло из моды. Академия давно управляет показателями эффективности, а потому вынуждена показывать все больше и больше роста: больше студентов, больше стороннего финансирования, больше цитируемых публикаций в международных высокорейтинговых журналах. Однако, как и в экономике, рынок здесь тоже ограничен. Растущему перепроизводству академических текстов соответствует падение возможности их прочесть (из этого, наверно, можно сделать статью по экономике: «Расчет тенденции нормы чтения к понижению»... но я отвлеклась). Вот почему мы все читаем вскользь, прицельно и избирательно, со всеми большими пропусками, чего, правда, в большинстве случаев вполне достаточно.

Такое перепроизводство усиливается потому, что расширение рынка в академии представляет особенную проблему, поскольку призыв наращивать науку и исследования почти никогда не предполагает требования «пи-

сать больше для общества», «налаживать коммуникацию с максимальным числом других людей, занимающихся чем-то другим» или же «как можно чаще выходить из своей слоновой башни». Кто вообще читает академические тексты за пределами академического мира? Да и зачем их читать, учитывая то, что в большинстве из них никак не обозначается потенциальная применимость рассматриваемого предмета за пределами той или иной дисциплины? Соглашусь с тем, что эта книга, возможно, тоже не самое подходящее чтение после долгого рабочего дня, (слишком) позднего ужина с недовольными и/или входящими в пубертат детьми, членами семьи или соарендаторами, чья работа давно проникла в толщу их личной жизни. И, безусловно, моя книга требует большего времен и сосредоточенности, чем 45-минутный эпизод модного сериала, транслируемого на популярном стриминговом сайте. Но то же самое относится к большинству академических книг. Тем не менее я все же хотела бы пригласить вас проследить за аргументацией в этой книге, как она развивается в ее главах. В кратком резюме этих аргументов, приводимом в этом введении и в последней главе, некоторые аспекты, требующие более обстоятельного осмысления, неизбежно остаются нерешенными.

## 1.2. ЦИФРОВОЙ КАПИТАЛИЗМ И СТОИМОСТЬ

Список диагнозов, связанных с цифровизацией, поистине бесконечен. В зависимости от года публикации во внимание могут приниматься разные технологические феномены и/или новейшие бизнес-модели вместе с соответствующими компаниями-протагонистами. Ради общего обзора и для порядка во введении стоило бы вкратце их описать. Однако я воздержусь от этого (и не буду подвергать вас этой, хотя и небольшой, пытке), поскольку, хотя многие такие диагнозы могут быть вполне достойными

обсуждения и внимания, мне интересны экономические аспекты, скрытые за цифровыми явлениями. Мой предмет — не власть крупных технологических компаний, которая не ограничивается одной лишь экономической сферой, но вопрос о том, как мы вообще в этой ситуации оказались. И мне кажется, что большинство указанных диагнозов дают на этот вопрос неудовлетворительный ответ. В конечном счете многие из них просто описывают один и тот же рецепт (будь то в модусе критики или же с чувством восхищения): смешайте практики первопроходцев цифровизации с подрывными бизнес-стратегиями, приправьте нематериальными продуктами (с небольшими или нулевыми маргинальными издержками), влейте неограниченные данные, используемые в качестве сырья, и, хорошенько перемешав, вы получите чрезвычайно быстрый рост и сетевые эффекты. Да, все это, возможно, на самом деле так. Но разве это единственное объяснение, которое мы ищем? Если попробовать развить тот же образ, не должно ли объяснение включать и сам бар, а также тот факт, что в нем всегда было намного больше напитков, чем нужно для удовлетворения его клиентов? Другими словами: может ли капитализм и его экономическая логика предоставить нам более полное объяснение, чем цифровизация и ее алгоритмы?

Попытка ответить на этот вопрос начинается с понятия цифрового капитализма, которое вводится в главе 2. Первоначально этот термин предложил Дэн Шиллер [Schiller, 1999], и это была не единственная попытка рассмотреть цифровизацию в приложении к капитализму — собственно говоря, он и сам впоследствии предпринял еще одну попытку [Schiller, 2014], уже после финансового кризиса 2007–2008 годов. Геополитический, технологический и исторический подход Шиллера был дополнен медиатеоретическим исследованием Майкла Бетанкура [Betancourt, 2015], с точки зрения которого финансовый

кризис и финансовая система также являются важными ориентирами, а потому и той оптикой, которая позволяет ему проанализировать цифровой капитализм.

В этой книге я регулярно ссылаюсь на этих авторов, чьи подходы, оставаясь во многом разными, все же крутятся вокруг цифрового капитализма, и соотношу их с тремя тематическими блоками, которые представляются наиболее важными для моего первоначального вопроса (что там с баром?). Я попытаюсь выяснить, не найдется ли в общем обзоре двух этих авторов ответа на три вопроса о цифровом капитализме, которые я считаю самыми значимыми: *что происходит, благодаря кому и с какой динамикой?* Действительно ли «нематериальное» меняет фундаментальное основание экономики (труд и стоимость)? Какая за всем этим скрывается реальная движущая сила? Нет нужды говорить, что эта книга не ограничивается одной лишь второй главой (на самом деле она получилась длиннее, чем задумывалось первоначально). Дело в том, что два упомянутых автора, по сути, не дают удовлетворительных ответов на мои вопросы, а также в том неизменном ощущении, что именно Цифра определяет дискуссии вокруг цифрового капитализма, а не новизна или хотя бы существенное изменение в экономической динамике. При всем при этом внимание к этим авторам и их ответам на три моих вопроса позволяет раскрыть исходное слепое пятно, выходящее на первый план в третьей главе, а именно вопрос о стоимости. Здесь мы первым делом попытаемся найти аргументы, позволяющие нам ориентироваться, и обратимся к глубокому анализу, представленному в работе Марианы Маццукато [Маццукато, 2021]. Она не только занимается стоимостью и ее происхождением, но и показывает размах иллюзии, создаваемой экономикой, когда та перестает обращать внимание на стоимость, являющуюся ключевым компонентом всех видов экономической деятельности. Кроме того, она показы-

вает, что это упущение имеет отношение не к нематериальности Цифры, но ко вполне материальным интересам.

Только когда стоимость и ее значение будут заново утверждены, мы сможем задать вопрос о том, как с ними обстоит дело при цифровом капитализме. Действительно ли это понятие стоимости, и так уже достаточно темное, разлагается на уровне фактов на биты и пиксели? Карл Маркс предполагает, что товары при капитализме включают две — в высшей степени противоречащие друг другу — стоимости: потребительную (определенную конкретным применением и использованием) и меновую (то есть чисто количественную меру, которая должна, прежде всего, доказать себя на рынке, где она становится видимой, хотя, по Марксу, она возникает не там).

С точки зрения Маркса, стоимость порождается в производственном процессе, и ее мерой является «необходимый труд». А поскольку в промышленном капитализме производственный процесс связан с оборудованием и сталью, а необходимый труд — с рабочей силой и (физическими) силами, многие соблазнились гипотезой, будто эта базовая структура исчезнет вместе с переменой в формах ее видимости. Однако потребительная и меновая стоимости существуют и при цифровом капитализме, пусть даже средства производства меняют их форму, тогда как труду требуются новые навыки. Стоимость и труд, потребительная и меновая стоимости при цифровом капитализме могут предстать в ином виде, собраться в иной конфигурации, однако на сей момент исходные категории Маркса остаются в аналитическом смысле вполне адекватными и строгими.

Означает ли это, что в конце главы 3 надо будет дать ответ: бизнес при цифровом капитализме сохраняется в своем «обычном» режиме? Никакого нового вина в старых мехах? Старый добный капитализм всего лишь стал цифровым? Ответ — и да, и нет. Во-первых, изменение фор-

мы меняет многие другие вещи — причем одновременно во многих ситуациях и местах по всему миру, в том числе в нашем личном жизненном мире. Во-вторых, мы при таком подходе учитываем лишь один, пусть и важный, аспект капитализма. Если в нем не происходит никакого фундаментального изменения, почему тогда вообще возникли гигантские технологические корпорации с их заоблачными котировками? Значит ли это, что они просто смогли увидеть в цифровизации то, что не смогли другие? Это возвращает нас к исходному вопросу. Если *Facebook*\*<sup>9</sup> или *Google* порождают, как все мы знаем (и в этой книге мы к этому вопросу еще вернемся), свои головокружительные доходы за счет одной лишь рекламы, должны существовать какие-то компании, которые, в свою очередь, готовы такие деньги тратить. Быть может, мы видим лишь изменение в медиуме, то есть теперь рекламы меньше на национальном телевидении и больше в глобальном интернете? Это тоже верно. И все же этим не объясняются ни гигантские доходы, ни заоблачные рыночные котировки. На данный момент здесь можно наметить две гипотезы.

Во-первых, новизна цифрового капитализма может обнаружиться на стороне не порождения стоимости, а ее реализации. Во-вторых, на самом деле мы, возможно, имеем дело с системным дисбалансом, который просматривается уже во введенном Майклом Бетанкуром понятии дефицита, рассматриваемом во второй главе нашей книги. С его точки зрения, такой дефицит представляет собой феномен цифрового капитализма. Если бы нам пришлось представлять последний без Цифры, те же самые

---

<sup>9</sup> Здесь и далее \* маркирована социальная сеть, принадлежащая *Meta*, признанной в России экстремистской организацией, и запрещенная в России. Данные используются в исследовательских целях и не направлены на одобрение экстремистской деятельности.

процессы могли бы объясняться за счет перепроизводства, избыточного накопления и противоречий между реальной и финансовой экономикой, каковые объяснения можно найти в марксовом анализе того промышленного капитализма, который застал сам Маркс. Так или иначе, я воздержусь от преждевременного развития привлекательной гипотезы, утверждающей, что ответ может найтись на «фоне» (то есть рынке), а не на «переднем плане» (в производстве). Давайте сначала вернемся к происхождению капитализма и его анализу.

### 1.3. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫЕ СИЛЫ И РЫНОК

В главе 4 мы возвращаемся к двум теоретикам, которые изучали последнюю великую трансформацию, то есть первую промышленную революцию и смогли разработать адекватные аналитические инструменты, позволяющие рассмотреть технологию, экономику и общество в качестве взаимодействующих друг с другом, а не разрозненных элементов. Я имею в виду Карла Поланьи и его исторический анализ «Великой трансформации» и Карла Маркса вместе с его исследованием капитализма и теорией развития производительных сил. Аналитические позиции обоих авторов я рассматриваю без особого пietета, смешивая два этих подхода в большей мере, чем это делают обычно; в конце концов, Поланьи и Маркс обращают свою критику на один и тот же предмет и преследуют одну цель, хотя иногда и по-разному. И даже в тех случаях, когда их, как мы сказали бы сегодня, «формулировки» или «фреймы» представляются разными, в конечном счете они высвечивают одну и ту же болезненную проблему. Кроме того, я готова согласиться лишь с той частью их интерпретаций, которые важны для моей собственной цели, то есть для понимания того, какова реальная новизна цифровизации последние тридцать лет. Наконец, я не

боюсь развивать Маркса, дополняя его производительные силы понятием распределительных сил. Согласно моей основной гипотезе, именно в них становится заметна подлинная новизна цифровизации.

В своих исследованиях возникновения капитализма и его уникальных качеств и Маркс, и Поланьи, каждый опять же по-своему, сосредоточиваются на процессе производства. Первоначально они, причем вполне целенаправленно, исключают из своего анализа другую часть, а именно рыночные продажи, то есть сферу оборота, причем они отдельно оговаривают такой подход. Конечно, оба отлично понимают, что создание стоимостей на одной стороне (в производстве) экономически реально только в том случае, если стоимости могут быть реализованы, то есть проданы на другой (на рынке). Хотя оба указывают на это обстоятельство, они в основном обращают внимание на то, что в их эпоху оставалось определяющим фактором всей динамики в целом. Так, Маркс посвящает себя исследованию прибавочной стоимости, возникающей в процессе производства, тогда как вопрос реализации стоимости на рынке он исследует, прежде всего, с точки зрения потребительной способности, а потому и отношений распределения. Тогда как Поланьи рассматривает изменение в роли купца, который раньше покупал и продавал готовые товары, но теперь закупает сырье и рабочую силу — именно в этом Поланьи видит источник трансформации, а не в продаже товаров, создаваемых теперь под контролем купца, ставшего предпринимателем. Следовательно, Поланьи и Маркс усматривают трансформационную динамику ранней индустриализации в схождении технологической инновации в производстве и новой логики покупки (Поланьи) и, с другой стороны, — в создании прибавочной стоимости.

Поланьи не верит — и это также будет показано далее — что рыночное общество может быть заторможено.

Это сближает его с Марксом намного больше, чем многие готовы допустить. Что определенно отличает их обоих — так это выход за пределы эмпирического анализа: Поланьи совершает такой выход, когда рассматривает капитализм в качестве систематического потребления реальной субстанции, под которой он имеет в виду людей, а также природу и общество в целом. У Маркса этот выход заключается в оценке того, как капитализм в конечном счете тормозит реальный прогресс человечества (как рода), хотя он и высвобождает все, как их называет сам Маркс, производительные силы.

Понятие «развития производительных сил», введенное Марксом, также должно рассматриваться в этом контексте, и не только потому, что оно включает все, что нас здесь интересует (общество и экономику, изменение и трансформацию, технологию и труд), но и потому, что в некоторых недавних концепциях цифровизация сама часто рассматривается в качестве важного шага вперед (или «скачка») в развитии производительных сил. Кроме того, мы должны изучить некоторые недавние применения понятий Маркса к этой проблеме. В конце концов, возможно, ответы для анализа цифрового капитализма мы найдем прямо здесь, просто они, возможно, не использовались двумя авторами, о которыми мы упоминали выше. Впрочем, эта надежда вскоре умрет. Сколь бы полезным ни было марксово понятие производительных сил (вместе с производственными отношениями и возникающим из них обоих способом производства) при применении к актуальным процессам, в аналитическом смысле оно остается смутным и неконкретным. Оно либо (причем на уровне заявлений, а не аргументов) превозносится в качестве скачка производительных сил, либо (ошибочно и неудачно) сводится к вопросу производительности.

Таким образом, наряду с первым слепым пятном (стоимостью), обнаруженным в современных текстах о цифро-

вом капитализме, упомянутых ранее, мы обнаруживаем и второе слепое пятно (реализацию стоимости), но уже в классическом анализе развития промышленного капитализма. Однако, как будет показано в главе 5, в последнем случае оно не обязательно является собственно слепым пятном. В развитом капитализме (будь он цифровым или каким-то иным) реализация стоимости приобретает чрезвычайное значение. Однако одного утверждения такой важности недостаточно. Цель должна заключаться в теоретической проработке и аналитическом наполнении этого утверждения. У Маркса мы можем первоначально выделить три соответствующих фактора динамики развития, а именно: расширение рынка, потребление и кризис.

Эти факторы не являются случайными, поскольку до-капиталистические рынки также демонстрируют тенденцию к расширению; на каждом рынке товары покупаются и потребляются только в том случае, если на то есть желание и способность; история человечества испещрена экономическими кризисами, случавшимися задолго до капитализма. Однако расширение рынка, потребление и кризис — не просто потенциальные, но и необходимые факторы динамики капитализма. *Конкуренция промышленных производственных предприятий за более экономическую форму производства при поддержании или наращивании порождения стоимости дополняется усилением конкуренции за ключевую позицию на рынках.*

Учитывая неустранимую тенденцию производства к неумеренности, то же самое можно сказать и о продажах. Вот почему необходимо постоянно создавать, открывать и развивать новые рынки, изолируя их, если на то есть возможность, от конкурентов (для чего применяются самые разные методы). Несмотря на значительное расширение рынков, конкуренты борются за ресурс, который систематически сокращается, а именно за участников рынка, желающих и, главное, способных потреблять.

Хотя желание потреблять можно создавать проактивно, способность к потреблению (то есть покупательная способность, понимаемая в экономическом смысле) остается ограниченной. Вот почему *реализация стоимости становится все более важной, но в то же время все менее достижимой целью*. Эта фундаментальная проблема, этот систематический дисбаланс сохраняется и неизбежно приводит к периодически возникающим кризисам. Чтобы их избежать или минимизировать их воздействие (в той мере, в какой это возможно), необходимо всеми силами сокращать этот дисбаланс между избыточным производством и слишком малым количеством потребителей (причем производство и потребление всегда должны пониматься относительно друг друга). Для достижения этой цели постоянно предпринимаются локальные и глобальные меры (на уровне как отдельных предприятий, так и всей национальной экономики в целом), позволяющие повысить желание потреблять. Потребление становится господствующим, непрерывно расширяющимся социальным модусом, причем оно стало таковым настолько давно и в такой мере, что сегодня вообще сложно провести осмысленные различия между *потреблением и обществом*. Желание потреблять должно разжигаться постоянно, но даже когда в этом достигают определенного успеха, пределы способности потребления никуда не деваются. С определенного момента — причем это началось задолго до цифровизации — главную роль в этом процессе стали играть средства коммуникации, применяемые для расширения рынка, стимулирования потребления и минимизации рисков такого процесса, неизменно приводящего к кризисам. Эти аспекты — причем все это можно заметить уже у Маркса — требуют все больше и больше внимания; тогда как производительные силы, брошенные на достижение этой цели, требуют все больше времени, технологий и рабочей силы.

#### 1.4. ТРИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СИЛЫ И ИХ РАЗВИТИЕ

В главе 6 я сосредоточиваюсь на трех производительных силах, направленных на реализацию стоимости, — или, как я называю их в силу их все большего значения, — на распределительных силах. К ним относятся *реклама и маркетинг* (это все меры, направленные на реализацию стоимости, то есть потребление и рынок), *транспорт и складирование* (все меры, позволяющие обеспечить физический доступ к рынкам и к реализации стоимости), а также *контроль и предсказание* (все меры, призванные связать единой цепью порождение стоимости и ее реализацию, сделав их калькулируемыми в точном смысле этого слова во всем обороте товара). Три этих распределительные силы аналитически и исторически прорабатываются в главе 6. В конце концов, они являются не выражением цифровизации, но, скорее, ее самыми активными сторонниками. Контроль и предсказание выделяются среди других распределительных сил, поскольку они могут являться в собственном виде, но в то же время, что встречается все чаще, в связи с остальными. Несмотря на их разделение в анализе и эмпирическое различие индивидуальных феноменов, все три распределительные силы являются взаимосвязанными, они перекрываются друг с другом и часто развиваются сообща — в техническом, организационном и взаимодополнительном разделении труда, практически всегда в зависимости друг от друга.

Здесь мы увидим, как эти распределительные силы наполняют реальным содержанием мою основную гипотезу. Каждая из них теоретически может быть выведена из Маркса, но в то же время она всегда соотносится с конкретными (но, что важно, не только цифровыми) эмпирическими примерами, позаимствованными из современности. Здесь мы встретимся с такими весьма разны-

ми понятиями, как старая идея «сервисного обслуживания потребителей» или несколько более новое представление о «ретаргетинге»; мы рассмотрим, сколько футболок умеета в один грузовой контейнер и какое отношение Фонд Форда имеет к учебным программам бизнес-школ по всему свету.

Как уже подчеркивалось ранее, распределительные силы включают все технические и организационные меры, связанные с реализацией прибавочной стоимости, и действия, нацеленные на обеспечение реализации стоимости. То есть они относятся не только к тому, что происходит внутри отдельных компаний или даже в отдельных отраслях и цепочках создания стоимости, но также и к тесно связанным друг с другом базовым институциональным структурам и политическим условиям, социальным практикам, нормам и т.д. Мы будем иметь дело с распределительными силами только в узком смысле слова, то есть со стратегиями и технологиями, применяемыми экономическими акторами, а также с соответствующими им, развивающимися параллельно формами владения рабочей силой и производительностью труда. В то же время они всегда остаются составляющей развития производительных сил, а потому, точно так же, как и последние, составляют выражение тех же производственных отношений, будучи в них же и погружены.

Распределительные силы – феномен не новый, однако, чем дольше существует капитализм, тем они важнее и необходимее – как для отдельного предприятия, конкурирующего за успешную реализацию стоимости, так и для всей национальной экономики, конкурирующей за то, чтобы отсрочить следующий неминуемый кризис на максимально возможное время.

И именно в этом контексте цифровизация стала особенно удобным союзником: на уровне распределительных сил она оказывает намного большее влияние, чем на

уровне производительных сил. Причина в том, что ее технологии и бизнес-модели обещают три конкретные вещи: расширение рынка, стимулирование потребления, реализацию стоимости при минимальном риске. Это порождает новое качество. В том случае, когда цифровизация служит все тому же соданию стоимости, то есть влияет на прибавочную стоимость, она во многом применяется так же, как и любая другая производительная сила. Новизна и отличие цифрового капитализма от его предшественника определяются, следовательно, на уровне реализации стоимости. Вот почему мы должны говорить о *капитализме распределительных сил*, если мы вообще желаем дать какое-то название этой фазе капитализма. В конечном счете новизна заключается в сдвиге в экономической, а не технологической области. Распределительные силы, как и уровень их цифровизации, на самом деле не решают проблемы уязвимости капитализма перед кризисом, поскольку сами по себе они, как и бизнес-модели, на них ориентированные, подчиняются той же логике, ответом на которую они призваны стать. Кроме того, в контексте роста издержек и доли живого труда в области распределительных сил можно обнаружить и хорошо знакомые методы снижения издержек (в том числе наоборот).

Читатели, которые не ограничиваются этим кратким введением, где многие аргументы пришлось опустить, а перейдут к следующим главам, вероятно, ожидают каких-то замечаний о хронологическом развитии распределительных сил. Поклонники Маркса, возможно, успели заготовить несколько скептических вопросов. И для того и для другого отведена глава 7. Поскольку вопросы о развитии рассматриваются в ней лишь вкратце, служа переходом к более полной в эмпирическом плане восьмой главе, тогда как скептические замечания интересы только тем, кто потратил какое-то время на изучение хотя бы нескольких из знаменитых трудов Маркса, здесь будет достаточно ука-

зать на ключевые понятия: что касается хронологического развития (в период, начавшийся примерно с 1980-х годов), возникает вопрос о «скакче», «подрыве» или «наслонении». Бабочка или саранча? Что же касается отличия от других понятий теоретического аппарата Маркса, моя задача — установить связи с отношениями распределения и обращения, а также отличия от них. И то и другое будет рассмотрено в седьмой главе, которую я рекомендую прочитать, но здесь воздержусь от спойлеров.

### 1.5. ИЛЛЮСТРАЦИИ И РАЗРУШЕНИЯ

После преимущественно теоретического и аналитического изложения глава 8 представляется, прежде всего, эмпирической, поскольку в ней я еще больше, чем в предыдущих главах, погружаюсь в цифровые глубины. Нет нужды говорить, что одна глава с эмпирическим материалом не может представить распределительные силы в их целостности, включая их взаимоотношения и развитие. Для этого потребовалась бы целая исследовательская программа. В этом смысле эта глава — скорее иллюстрация и пробный камень, то есть она позволяет увидеть, становятся ли феномены цифрового капитализма понятнее при их исследовании через призму распределительных сил. Отправной точкой нам послужат корпорации GAFAM (*Google, Amazon, Facebook\*, Apple и Microsoft*), то есть главные герои почти любой диагностики актуальной цифровизации, на которую мы указали в начале книги. Сравнение различных ключевых показателей, основанное на корпоративных годовых отчетах этих компаний (вместе с тремя другими) за 2019 год и некоторых других источниках, показывает многие различия между ними. Только подход, основанный на распределительных силах, позволяет достичь более точного понимания причин этих различий. Такова первая эмпирическая иллюстрация.

Вторая позволяет выявить два катализатора, которые подкрепляют два основных мотива распределительных сил (расширение рынка и потребления), являясь специфической чертой современного варианта капитализма распределительных сил, а именно венчурный капитал и вездесущее потребление. Потоки венчурного капитала поддерживают обещание бесконечного рыночного потребления и в то же время становятся его жертвой. Как только цифровизация и нейронауки сопрягаются друг с другом, они порождают некоторые формы стимулирования потребления, которые все больше становятся неизбежными.

Третья иллюстрация позволяет категоризировать господствующие модели цифрового бизнеса и наиболее важные на данный момент цифровые технологии, основываясь на теоретически проработанном понятии распределительных сил; она же показывает весь масштаб приоритета реализации стоимости. Еще один аспект, становящийся по-настоящему заметным, состоит в том, что одна компания оказалась особенно успешной в овладении распределительными силами — речь об *Amazon*, компании, которую можно назвать «купеческим капиталом 4.0» и которая представляет собой совершенно особый случай. Хотя об этом и так уже можно догадаться, стоит подчеркнуть, что подход, основанный на распределительных силах, позволяет понять ее на более содержательном уровне.

Наконец, в четвертой иллюстрации внимание обращается уже не на компании, но на труд в его конкретных категориях. Основываясь на количественном анализе, я показываю здесь то, как возросшее значение распределительных сил отражается также на профессиях и рабочих местах. В целом все четыре эмпирические иллюстрации подчеркивают то, что гипотеза распределительных сил предлагает иной, пока не принимавшийся во внимание подход к пониманию капитализма в его цифровой форме.

Последняя глава представляет собой не столько заключение, сколько набросок возможностей. Что касается понятий и терминологии, мы их здесь скорее разорвем на части, чем свяжем в единое целое: производительные и распределительные силы, отношения производства и воспроизводства. Вопрос о роли цифровизации и особенно искусственного интеллекта мы поставим также и с экологической точки зрения. Соответственно, в последней, 9-й, главе мы попытаемся присмотреться — опираясь опять же на Маркса и Поланьи — к отношениям и силам воспроизводства. В свое время Маркс и Поланьи были весьма обеспокоены вопросами, которыеозвучны современным дискурсам цифровизации, а именно тем, что определенное применение технологии вкупе с определенной экономической логикой дает не только продуктивные результаты, но также неизбежно и деструктивные: в работе Поланьи речь идет об ущербе субстанции (то есть «человеческой и природной субстанции общества»), тогда как Маркс говорит о наличных производственных отношениях, которые (и в этом пункте заслуги его анализа ни в коем случае не нужно преуменьшать) не только связаны с эксплуатацией человеческого труда и естественных ресурсов, но и мешают человеку и обществу достичь своего полного потенциала. В заключение мы обсудим опасности, которые развитие распределительных сил создает для воспроизводства человечества, общества и природы, поднимая вопрос (связанный с новейшими вариантами цифровизации, а именно искусственным интеллектом и машинным обучением) о том, может ли цифровизация использоваться так, чтобы она не становилась разрушительной силой, пусть даже она действует в капитализме распределительных сил.

Однажды в тот странный год, которым стал для нас 2020-й, когда я из-за пандемии постоянно работала дома, что, впрочем, для меня стало удачей, поскольку позволило сконцентрироваться на книге, мой взгляд переместился

с экрана, от которого я никак не могла оторваться, на вид за окном. В тот самый момент я смогла засвидетельствовать, как рабочие буквально освежевывали (аналоговую, а не цифровую) рекламную тумбу<sup>10</sup> — весьма древний инструмент распространения. Должна признать, что никогда даже не задумывалась о том, сколько слоев рекламных объявлений приходится с таких тумб снимать. По прошествии определенного времени тумбу настолько облепляют объявлениями и kleem, что они под воздействием дождя и палящего солнца превращаются в единую твердую массу. Конечно, если тумбу предполагается использовать и дальше, все эти слои на каком-то этапе приходится удалять. Я как раз и застала этот момент, понаблюдая за тем, как рабочие срезали толстый бумажный цилиндр, орудуя вдоль него своей пилой. Они постепенно расширили радиус сломанного цилиндра, для чего его пришлось не- сколько раз дернуть и потянуть, что было, определенно, тяжелым физическим трудом, пока не стала видна сама тумба. Громоздкий затвердевший рулон, оказавшийся на тротуаре, был настолько тяжелым, что его пришлось разрезать на небольшие куски пилой как сваленное дерево. В итоге рекламная тумба стояла как новая, ее можно было

---

<sup>10</sup> Рекламная тумба существует с 1855 года [Reichwein, 1980], она по-прежнему пользуется популярностью, представляясь «культурным» медиумом. В немецких городах на данный момент действуют десятки тысяч таких тумб [FAW, 2005], хотя их значительно обогнала и вытеснила из поля зрения (цифровая) наружная реклама [(Digital) Out-of-Home advertising / (D)OOH] то есть реклама в общественных местах на основе различных цифровых носителей, в частности, биллборды, видеодисплеи и указатели, телевизоры в общественном транспорте и информационные экраны. В Германии в общественных местах установлено более 100 тысяч таких устройств, причем бюджеты отдельных рекламных кампаний составляют от одного до десяти миллионов евро [FAW, 2020]. Кроме того, наружная реклама считается третьим по скорости роста направлением рекламного рынка [Warner, 2020, р. 490].

снова обклеить рекламными объявлениями, которые прописали бы до тех пор, пока эту процедуру не пришлось бы повторять — или когда бы ее заменили цифровой версией.

Как и большинство других сравнений, это, возможно, несколько неуклюже, но в то же время оно представляется довольно удачным в отношении распределительных сил и цифрового капитализма, то есть основных предметов этой книги: во-первых, рассматривая развитие от старой рекламной тумбы до современных кампаний цифровой наружной рекламы (DOOH), мы обнаруживаем замечательный эмпирический пример эволюции распределительных сил. Во-вторых, долгостоящий процесс очистки тумбы служит метафорой того, что мы, собственно, и анализируем в этой книге, а именно распределительных сил как нового качества цифрового капитализма.

Если следовать все той же метафоре тумбы, сегодня происходит следующее: начинает использоваться новый слой объявлений, наполненный более красочным и в конечном счете цифровым контентом. Однако основа, то есть сама тумба или капиталистическая логика, сохраняется. На феноменальном уровне все, однако, меняется до неузнаваемости. Производительные силы не замещаются распределительными. Гипотеза состоит не в этом (в конце концов, этого не допускает простая логика, поскольку последние являются составной частью первых). Следовательно, вопрос не в том, когда аналоговый рекламный стол, а вместе с ним и работа по расклейке и стиранию рекламных объявлений будут повсеместно заменены устройствами цифровой наружной рекламы. Вопрос намного серьезнее. Ведь мы начали не с того, «во что цифровизация превращает капитализм?», а с вопроса о том, «какие механизмы капитализма закрепляются, упрочиваются и смещаются (и почему), и какую роль во всем этом играет цифровизация?». Именно в этом пункте становится интересной замена тумбы, поскольку, с одной стороны,

она обеспечивает бесконечное увеличение частоты смены объявлений, тогда как издержки обращения в перспективе можно свести к минимуму. С другой стороны, издержки, скорее всего, даже возрастут, поскольку, чтобы освоить фонды, которые выделяются на цифровую рекламу, потребуется больше рекламных фирм. Кроме того, управление многоканальными клиентскими проектами, включающими отдельную рекламную тумбу в большую маркетинговую стратегию, требует новых навыков и квалификаций. А это, определенно, влечет намного более высокие расходы, если сравнивать с затратами на печать рекламных объявлений, их расклейку и удаление. Тут же вступает в игру и конкуренция. Внезапно автобусная остановка рядом с рекламной тумбой тоже становится цифровой наружной рекламой, тогда как рекламный эффект собственно тумбы, который, в общем-то, оценить всегда было сложно, сокращается.

Поэтому отдельная рекламная тумба — не только инструмент расширения рынка и стимуляции потребления, на самом деле она создает новые основания для еще большего расширения рынка и еще большего числа способов поощрения потребления. Для каждой конкретной компании результат, возможно, будет неопределенным — несмотря на все оценки импакта, — но, так или иначе, экологический и социальный след останется. Именно здесь обнаруживается во всей ее красе дилемма капитализма распределительных сил, опирающегося на цифровизацию.

СЕРИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ»  
основана в 2009 г. Валерием Анашвили  
В серии вышли: [id.hse.ru/books/series/25279647/](http://id.hse.ru/books/series/25279647/)

*Научное издание*

Сабина Пфайффер  
ЦИФРОВОЙ КАПИТАЛИЗМ  
И РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ СИЛЫ

Зав. книжной редакцией ЕЛЕНА БЕРЕЖНОВА  
Редактор Константин ЗАЛЕССКИЙ  
Верстка: Ольга Быстрова  
Корректор ЕЛЕНА АНДРЕЕВА  
Дизайн обложек серии: ABCDESIGN  
Макет обложки: ВАЛЕРИЯ КОРОТКОВА,  
ABCDESIGN  
Дизайн блока серии: СЕРГЕЙ ЗИНОВЬЕВ

В оформлении обложки использована иллюстрация,  
разработанная Freepik ([https://ru.freepik.com/free-photo/3d-rendering-black-white-background\\_44958471.htm#fromView=search&page=1&position=11&uuid=87c40667-e83d-41a5-81f2-646ae06727a4&query=лабиринт](https://ru.freepik.com/free-photo/3d-rendering-black-white-background_44958471.htm#fromView=search&page=1&position=11&uuid=87c40667-e83d-41a5-81f2-646ae06727a4&query=лабиринт))

Все новости издательства — <http://id.hse.ru>

По вопросам закупки книг обращайтесь в отдел реализации  
Тел.: +7 495 772-95-90 доб. 15295, 15296, 15297  
[bookmarket@hse.ru](mailto:bookmarket@hse.ru)

Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»  
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20  
Тел.: +7 495 772-95-90 доб. 15285

Подписано в печать 28.10.2025. Формат 60×90/16  
Гарнитура Linux Libertine С. Усл. печ. л. 28,5  
Уч.-изд. л. 20,8. Тираж 600 экз. Изд. № 2908. Заказ №

Отпечатано в АО «ИПК «Чувашия»  
428019, г. Чебоксары, пр. И. Яковleva, 13  
Тел.: +7 8352 56-00-23